

Tema 5. La relevancia de la imagen profesional

Introducción

Imagina que un día por la mañana no quieres levantarte de la cama, por lo que te levantas más tarde. Sin embargo, terminas poniéndote calcetines de diferentes colores, así como vistiendo una prenda superior arrugada, ya que se te hacía tarde para llegar al trabajo. Además, olvidaste peinarte. Por consiguiente, sabes que te ves fatal.

Ahora imagina una situación diferente. Un día te levantas con tiempo suficiente y eliges una combinación de ropa que te queda de maravilla. Por tanto, sales caminando a la calle con seguridad y las personas lo pueden notar.

¿Te parece algo superficial? La realidad es que el estado de ánimo se proyecta en la imagen externa, afectando la manera en que se llevan a cabo las comunicaciones en un entorno laboral. Por ende, la imagen profesional se vuelve una parte importante de la estrategia de comunicación de las personas. A continuación, conocerás más sobre la imagen profesional y su impacto.

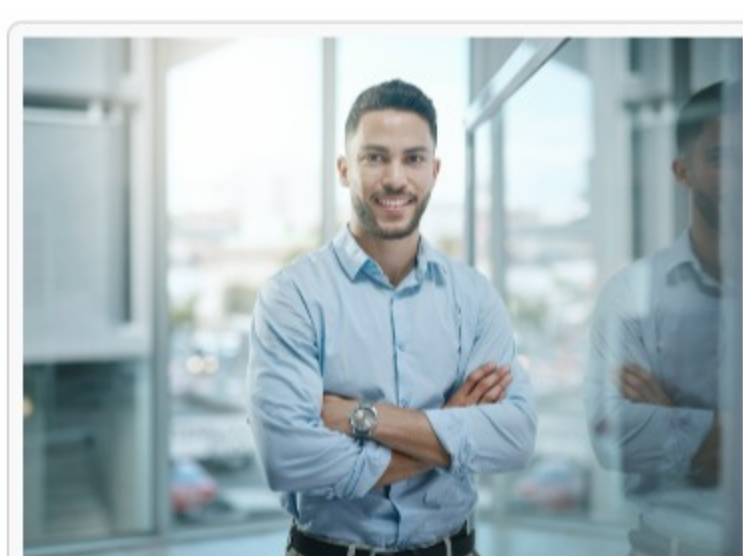


Explicación

5.1 La imagen profesional

¿Qué piensas cuando se menciona el término de imagen personal? Probablemente la forma en que están vestidas las personas y, en general, cómo se ven por fuera. Sin embargo, la imagen personal tiene otros componentes y categorías. Estos son los tres niveles de la imagen:

1. **Imagen externa:** es lo que los demás perciben, es decir, la apariencia física, la ropa, la conducta, los accesorios que utilizas, etcétera.
2. **Imagen interna:** es la imagen que percibes de tu persona; lo que crees de ti, tu identidad.
3. **Imagen ideal:** esta se construye desde la infancia; es la que se construye pensando; "quiero ser como él o ella".



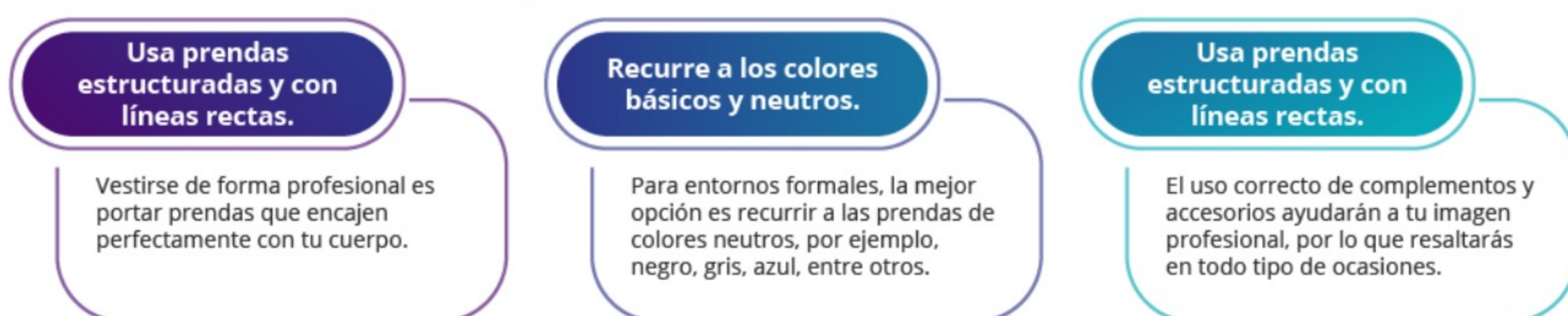
Por consiguiente, la imagen de una persona se compone por lo que otros piensan, lo que piensa de sí misma y lo que quiere llegar a ser. Entonces, cuando se habla de la imagen profesional es necesario considerar esas categorías.

Por ende, la imagen proyecta muchas cosas dentro y fuera de la organización. A saber, estos son algunos elementos importantes sobre la imagen:

- Tu imagen puede reflejar tu **autoestima**. Aunque esto no tiene que ver con cuánto te quieres o cuánto sabes. Por tanto, lo que importa es que tu imagen refleje esa apreciación y valor que tienes de ti.
- La imagen también refleja tu **liderazgo** y tu **seguridad**. Existen ciertos colores que proyectan autoridad y confianza.
- Proyecta el **puesto o cargo** que tienes, por ejemplo, cuando vas a un restaurante sabes quién es el gerente por la forma en la que está vestido.

Hay personas que creen que la imagen profesional implica solo vestir ropa costosa para aparentar, sin embargo, el comportamiento también va de la mano con la imagen profesional. ¿Qué proyecta tu imagen profesional? ¿Proyecta una autoestima sana? ¿Proyecta que eres un líder y que tienes seguridad?

Albarrán (s.f.) propone tres consejos para formar tu imagen profesional externa:



Fuente: Albarrán, B. (s.f.). *Aprende cómo construir una imagen profesional exitosa*. Recuperado de <https://aprende.com/blog/moda-y-belleza/disenos-de-imagen-profesional/>

En consecuencia, la imagen externa es importante porque también vende. Asimismo, no olvides que las organizaciones son afectadas por este factor.

5.2 La imagen que se proyecta al cliente

La imagen profesional no se limita a la forma en que se ven los integrantes de una organización, sino en la manera en que actúan y dan servicio a sus clientes. De acuerdo con Aranda (2021), hay cuatro claves básicas para la atención al cliente:

1. **Saludar, recibir y despedir:** es necesario ir más allá de los protocolos de servicio y hacer saludos genuinos a los clientes, evitando que parezcan una obligación. Una sonrisa es la puerta para una buena comunicación, ya que permite obtener la confianza de la persona, apoyando en la negociación. Del mismo modo, una despedida correcta permitirá que la persona tenga la oportunidad de volver contigo si tiene dudas.
2. **Cuidar la imagen personal:** el aspecto físico es una carta de presentación no solo tuya, sino también de la empresa.
3. **Profesionalismo:** saber escuchar de manera activa será de suma importancia para propiciar la empatía, ya que denota la actitud hacia el servicio. No obstante, debes elegir el lugar y momento apropiados para las comunicaciones.
4. **Comunicación con el cliente/usuario:** procura adecuar tu vocabulario de acuerdo con la información y formación del cliente, con el fin de que este entienda por completo la información que le estás brindando para que sea de utilidad en su decisión.



El servicio es un complemento necesario para la propuesta de valor que se ofrece al cliente. Por esta razón, es importante crear una buena primera impresión. Por ende, no es suficiente tener un buen producto o servicio, ya que también es necesario que tengas una excelente imagen que ayude a mejorar la percepción que los clientes tienen de la organización.

Cierre

La imagen se vuelve un factor clave para el crecimiento personal y profesional. Por consiguiente, la posición de trabajo, las responsabilidades asociadas a la misma, así como el trato que esta posición tenga con el cliente determinará el tipo de imagen que se debe proyectar.

No olvides que una buena imagen personal no tiene que ver solamente con el vestuario, sino con las actitudes y comportamientos que la persona proyecta en su trato con los demás. La imagen profesional es una tarjeta de presentación en cualquier parte.



Checkpoints

Asegúrate de:

- Comprender la importancia de la imagen profesional.
- Enlistar los tres consejos para formar una imagen.
- Detallar cómo se compone la imagen.

Referencias bibliográficas

- Albarrán, B. (s.f.). *Aprende cómo construir una imagen profesional exitosa*. Recuperado de <https://aprende.com/blog/moda-y-belleza/disenos-de-imagen-profesional/>
- Aranda, B. (2021). *4 claves básicas para una correcta atención al cliente*. Recuperado de <https://efa-centro.org/4-claves-basicas-para-una-correcta-atencion-al-cliente/>

"Tecnológico de Milenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio".

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE MILenio), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el Instituto Mexicano de Derechos de Autor (IMDA).

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE MILenio. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o para uso de un dispositivo de almacenamiento de datos, siempre y cuando se mantenga la copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.